

# Informativo 01

## Mercado da Tilápia

Palmas, TO  
Outubro, 2014

**Renata Melon Barroso**  
Med. Veterinária,  
Dra. em Genética  
Analista da Embrapa  
Pesca e Aquicultura,  
Palmas, TO,  
[renata.barroso@embrapa.br](mailto:renata.barroso@embrapa.br)

**Manoel Xavier  
Pedroza Filho**  
Eng. Agrônomo,  
Dr. Em Economia  
Pesquisador da Embrapa  
Pesca e Aquicultura  
Palmas, TO,  
[manoel.pedroza@embrapa.br](mailto:manoel.pedroza@embrapa.br)

**Javier López Ríos**  
Economista,  
Assessor em Economia  
Pesqueira e Aquícola da  
Infopesca  
[javier.lopez@infopesca.org](mailto:javier.lopez@infopesca.org)

**Agradecimento:**  
**Laryce Santos Campos,**  
Estagiária da Embrapa  
Pesca e Aquicultura



## O Mercado da Tilápia em 2014

Compreender a estrutura de preços da tilápia é importante para a gestão da produção desta espécie. O valor de mercado influencia fortemente a estrutura de produção e a competitividade do produto no mercado, podendo afetar principalmente os pequenos produtores. O objetivo desta publicação é fornecer informações sobre o mercado da tilápia, com foco nos importantes centros produtivos e comerciais do Brasil. As regiões estudadas foram: São Paulo, Rio de Janeiro, Paraná, Santa Catarina e Ceará.

Os valores apresentados aqui são: preços de porteira, preços de atacado ("atravessador") e preço de varejo. Os preços de varejo foram obtidos junto à supermercados e peixarias da região metropolitana das capitais dos estados estudados. A amostragem dos preços de varejo considerou a distribuição geográfica dos estabelecimentos nas regiões metropolitanas estudadas, os diferentes tipos de varejo (supermercados e peixarias) e a representatividade da tilápia em dado varejo. Foram coletados preços de 250 estabelecimentos entre o período agosto a outubro de 2014. Os preços para o produtor foram obtidos em entrevistas por telefone, preferencialmente com associações de produtores dos estados (nesse caso, o Rio de Janeiro não foi incluído).

Tratando-se de uma espécie de grande importância no mercado internacional, este documento também analisará o comércio internacional da tilápia brasileira, verificando também outras espécies com potencial de competir com a tilápia no mercado brasileiro.

Foram entrevistados: Produtores, Associação de Piscicultores, Coordenadoria de Assistência Técnica Integral (CATI) – Jales/SP, Secretaria da Pesca e Aquicultura do estado do Ceará, Fundação Instituto de Pesca do Estado do Rio de Janeiro -FIPERJ, Empresa de Pesquisa Agropecuária e Extensão Rural de Santa Catarina (EPAGRI), Empresa de Pesquisa Agropecuária e Extensão Rural do Paraná - EMATER-PR, Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural do Ceará (EMATERCE), Ceasa-RJ e Ceagesp-SP.

## Mercado Nacional

Os preços da tilápia para o produtor (preço de porteira) e para o atacadista/atravessador são os mais baixos e com menor valor agregado. Esse preço refere-se à tilápia inteira e varia de acordo com o tamanho, em uma classificação que varia entre 500g a 1,1kg. Em média, o preço da tilápia inteira para o produtor é de R\$4,43 e para o atacadista é de R\$4,80. No varejo são encontradas tanto a tilápia inteira, quanto a tilápia processada, principalmente em forma de filé, tendo este último um maior apelo e demanda comercial, sendo a preferência do mercado. O preço médio do filé no varejo é de R\$26,25. O filé comercializado nos supermercados tem procedência nos entrepostos de pescado que filetam, empacotam e passam pelo serviço de inspeção sanitária obrigatória. Os produtos com maior valor agregado são os filés congelados, os quais são vendidos em pacotes de 400g, 500g ou de 800g. Nesta forma de apresentação o quilograma do filé de tilápia pode ser vendido no varejo por até R\$37,50, sendo o maior valor de mercado. Peixarias, restaurantes e hotéis que comprem a tilápia inteira dos atacadistas, filetam a tilápia em seus próprios estabelecimentos.

Os preços de porteira podem diferenciar-se grandemente influenciados pela diferença do custo de produção da tilápia em cada região. Por falta de informações acuradas sobre custos de produção, utilizamos como parâmetro o preço médio da ração pago pelos produtores entrevistados, por ser este o insumo de maior peso financeiro para o cultivo da tilápia.

### Comparativo de preços de tilápia pagos aos diferentes agentes da cadeia produtiva nos 5 mercados analisados (Setembro/2014, valores em R\$/Kg)

		São Paulo	Rio de Janeiro	Santa Catarina	Paraná	Ceará
Produtor	Filé fresco	-	-	19,00	-	-
	Inteiro	4,10 a 4,20 <sup>2</sup>	5,00	3,30 a 4,20 <sup>1</sup>	3,50 a 3,80 <sup>1</sup>	4,70 a 6,70 <sup>1</sup>
Atacado	Filé Congelado	-	-	-	15,80	-
	Inteiro	4,50	4,00 a 6,00 <sup>1</sup>	-	-	-
Varejo	Filé Congelado	27,73	21,22	27,09	27,48	26,89
	Filé fresco	27,35	22,62	23,28	29,08	26,38
	Inteiro	11,74	11,97	11,23	17,00	9,90
Ração 32%PB (kg)		1,42	-	1,70	1,70	2,20
Ciclo produtivo (dias) para produção de tilápia 800g		230	230	250-270	240	210
Comparação com os preços de 2012 (Sus-sel, 2012)	Tilápia preço pago ao produtor	R\$3,50	R\$4,50 <sup>3</sup>	-	R\$3,50	R\$4,50 preço de porteira do Peixe eviscerado.
	Ração 32%	R\$1,10	R\$1,20	-	R\$0,85 a R\$1,20 <sup>4</sup>	R\$1,30

<sup>1</sup>Dependendo do tamanho

<sup>2</sup>Depende do canal de compra (pesque-pague, Ceagesp, frigorífico, varejo)

<sup>3</sup>Valor extrapolado do valor de Furnas

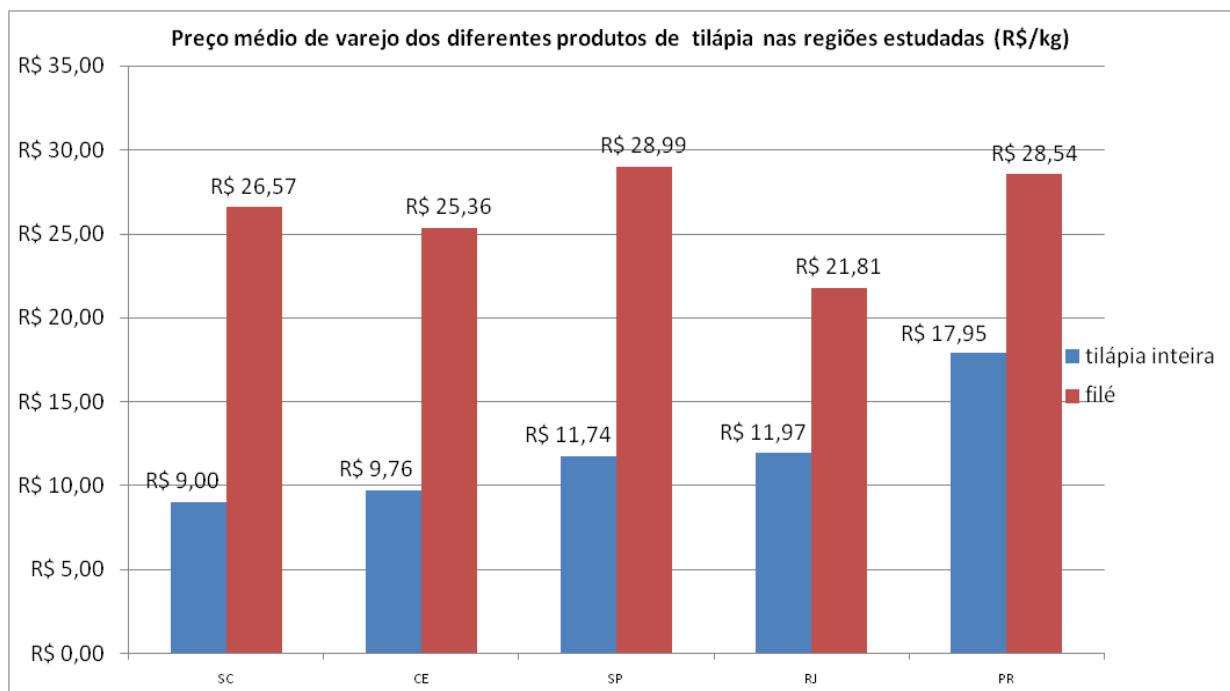
<sup>4</sup>Dependendo se a ração é produzida pela cooperativa ou ração comercial.

Diferentemente dos outros estados estudados, no Ceará, assim como parte do estado de São Paulo, a maioria do cultivo é realizado em tanque-rede, que tem um custo de produção mais alto do que os viveiros escavados (média estimada de 30% a mais de custo). No entanto, a produção em tanque-rede pode oferecer intensificação e uma média de 50% a mais na produtividade.

Com relação ao ciclo produtivo para a produção de tilápia de 800g-1kg, a variação regional mostra-se bastante mais vantajosa para o Nordeste com relação ao Sudeste e deste com relação aos estados do Sul (210 dias no nordeste vis a vis os 270 dias dos estados do sul).

De forma geral, os produtores comercializam a tilápia inteira. No sul e sudeste a tilápia viva tem como principal mercado os entrepostos e pesque-pagues. No Ceará, produtores vendem tilápia inteira eviscerada para os atravessadores. Dentro do universo estudado, poucos produtores estão se beneficiando do ganho de valor agregado da venda do filé. Exceção para os produtores cooperativados que trabalham com entrepostos coletivos, observados no estado do Paraná. A margem de lucro dos atravessadores ou atacadistas também não é alta, sendo o negócio viabilizado pela consolidação do volume obtido pelo grande número de fornecedores.

A composição do preço de varejo é complexa e depende grandemente da origem da tilápia e da forma com que ela é oferecida aos consumidores finais. Como exemplo, o principal mercado dos atacadistas da tilápia inteira vendida no Ceasa do Rio de Janeiro e no Ceagesp de São Paulo são os restaurantes, mercados, hotéis, peixarias e vendedores ambulantes. Alguns desses canais de varejo vendem a tilápia inteira, mas a maioria processa a tilápia em seus próprios estabelecimentos otimizando seu retorno financeiro.



A oferta de filés de alta qualidade no mercado nacional popularizou o consumo da tilápia em todas as regiões do país. Dessa forma, o filé de tilápia tem sido presença constante na maioria dos cardápios de restaurantes das principais cidades brasileiras. Somando-se a isso, as divulgações sobre a saudabilidade associada ao consumo de pescado em geral elevaram a demanda pelo filé da

tilápia neste tipo de varejo. Essa tendência somente poderá ser prejudicada caso haja uma alteração acentuada dos preços deste produto com consequências para o consumidor final. O abastecimento do mercado tende a aumentar com o aprimoramento das técnicas produtivas e ganhos de experiência dos produtores.

Outro fator observado no mercado da tilápia é a diferença entre as categorias comercializadas. Assim como o processo de depuração pré-abate, a filetagem também favoreceu a aceitação da espécie no mercado consumidor, a maior parte da tilápia produzida no Ceará é vendida inteira para o consumidor final. A aceitação deste produto pode ser justificada, em parte, pela falta de entrepostos de processamento no estado, mas também pelo preço mais baixo do peixe inteiro para o consumidor. No sul e sudeste brasileiro uma forma comum de venda de tilápia é através de pesque-pague. Essa é uma categoria de esporte e lazer que popularizou a espécie e incrementou o seu consumo nessas regiões. A tilápia vendida para os pesque-pagues do Paraná e de São Paulo é oriunda dos estados de Santa Catarina, Paraná e São Paulo. Apesar deste canal de comercialização mostrar-se significativo, esse tipo de mercado caracteriza a venda de peixes vivos, não agregando valor aos produtores. Quanto à logística, o transporte utilizado na distribuição da tilápia vendida no mercado nacional é 100% rodoviário.

### Categoria das tilápias comercializadas

Categorias	
Inteira	400-600g 600-800g 800-1000g > 1k
Carcaça "desossada"	Corte encontrado no Ceará
Filé	Fresco
	Congelado

## DESCRIÇÃO DA EVOLUÇÃO DE CADA POLO PRODUTOR

### São Paulo

O estado de São Paulo registrou uma produção de 43.500t de peixes de água doce em 2011 (MPA, 2012). Sabe-se que pelo menos 5.000t de tilápia foram processadas nos entrepostos estaduais no primeiro semestre de 2014 (informações do MAPA) e, apesar de não haver dados oficiais sobre a produção da espécie, observa-se a profissionalização dos produtores e aumento da produtividade, em consequência.

O principal polo produtor da espécie está localizado na região noroeste do estado, na região do reservatório da usina hidrelétrica da Ilha Solteira cuja média do ciclo produtivo é de 230 dias para chegar ao tamanho comercial de 800g. O principal sistema de produção utilizado para tilápia é o de tanques-redes. A região que inclui o estado de São Paulo, Mato Grosso do Sul e Minas Gerais, produz aproximadamente 30% da tilápia no Brasil (MPA, 2012).

A mobilização das prefeituras locais e criação do Consórcio da Piscicultura da Ilha Solteira foi fundamental para a captação de recursos através do acesso às políticas públicas e parcerias para capacitação de mão-de-obra e desenvolvimento inicial da atividade. Atraindo investidores e produtores rurais, a região organizou-se ao longo dos últimos 10 anos consolidando associações e cooperativas de produtores. Hoje, apenas na região de Santa Fé do Sul, existem 80 piscicultores, dos quais 5 são empresas de grande porte (produzem em média 5.000t/ano) com controle vertical da atividade:

produzindo seus alevinos, sua ração, realizando a engorda, processando seus peixes e comercializando seus produtos. São elas: Ambar Amaral, VIP Alimentos, Royal Fish, Mar e Terra e Genesis. Entre 70 a 80% do que é processado nos entrepostos dessas empresas é oriundo de produção própria, o restante é complementado com a produção dos pequenos ou médio produtores (Cati-SP).

Nesta região, há aproximadamente 56 médio produtores (produzindo entre 50 a 100t/mês), cujo canal de venda é dividido quase que igualmente entre os entrepostos citados e atacadistas/atravessadores que revendem a tilápia principalmente nas regiões metropolitanas do Rio de Janeiro e de São Paulo. Um número menor de pisciculturas é representado por pequenos produtores (< 50t/mês).

A estiagem prolongada está deixando produtores preocupados com o baixo nível das águas do reservatório e com as consequências dos possíveis cenários. Apesar do nível da água ter baixado significativamente, ainda há condições apropriadas para a produção para a maioria dos braços de rios da região. A insegurança sobre o assunto traz uma redução em torno de 30 a 40% da produção deste ano, consequentes de ações de despesca antecipada e menor número de peixes estocados para a safra seguinte. A menor intensidade de povoamento certamente será refletida no abastecimento da próxima safra. A consequência pode piorar se houver impactos financeiros drásticos para os produtores, forçando parte deles a deixarem a atividade. De fato, a redução de oito metros do nível dos rios já foi suficiente para produtores rearranjarem os tanques-redes, refazerem o acesso ao pescado, programarem maior gasto de tempo e combustível para manejo, entre outras adaptações que estão levando os custos produtivos aumentarem significativamente.

## **Santa Catarina**

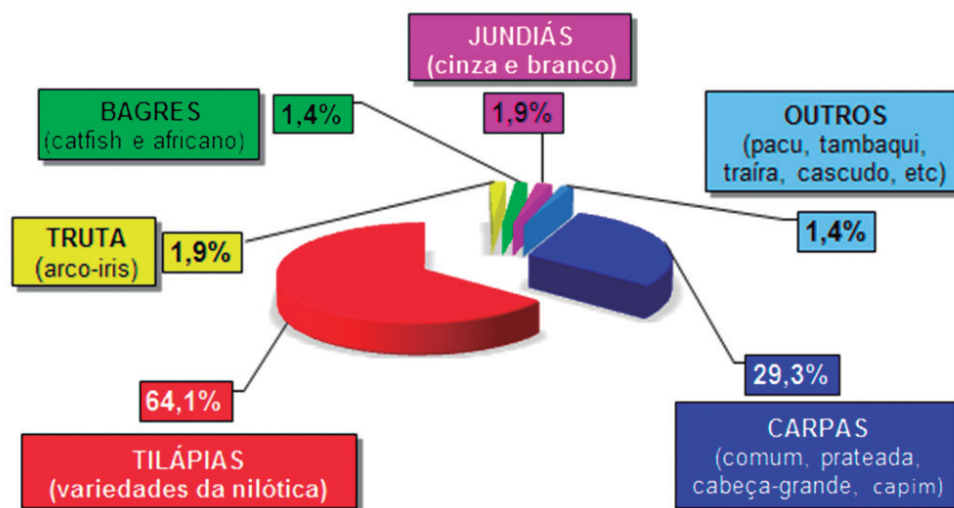
A tilápia tem sido o principal produto da aquicultura catarinense, com aproximadamente 22.500 t produzidas em 2012 (Epagri, 2013), mais do que as 19 mil t da tradicional produção de bivalves marinhos no estado. Concentrada principalmente na região do Alto Vale do Itajaí, a tilapicultura é integrada com a suinocultura em algumas propriedades. O sistema utilizado é o viveiro escavado, com aeração artificial e ração comercial (em algumas propriedades, apenas nos últimos dois a três meses de engorda), alcançando produtividades entre 10 e 30 toneladas por hectare. O ciclo produtivo é de 10 a 12 meses para a produção de tilápias de 800g a 1kg.

Segundo a Empresa de Pesquisa Agropecuária e Extensão Rural de Santa Catarina (Epagri), grande parte da tilápia produzida no Estado de SC abastece pesque-pagues dos estados de São Paulo e do Paraná. Uma menor quantidade é vendida para processamento nos entrepostos do Paraná. Parte menos significativa da produção também é vendida nos mercados e peixarias locais ou nas feiras de pescado promovidas no estado, mais comuns nos feriados de semana santa e semana do peixe.

A Epagri vem incluindo a piscicultura no acompanhamento frequente, enriquecendo as informações do estado com dados tanto da maricultura quanto da piscicultura continental. Atualmente o estado possui uma rica organização de produtores num arranjo de 65 associações e quatro cooperativas de aquicultores registradas em 2014.

Os produtores catarinenses precisam de 10 a 12 meses para produzirem 1kg de tilápia que são vendidas, em sua maioria, viva a atravessadores que pagam R\$3,20/kg e revendem para pesque-pagues ou entrepostos. O preço da ração de 32% de proteína em Santa Catarina custa em média R\$1,46/kg.





**Figura 1** – Importância percentual das principais espécies de peixes produzidas no estado de Santa Catarina. Fonte: Epagri/CEPAD 2013, ano base 2012.

## Paraná

O estado do Paraná produziu 73.831t de peixes de água doce em 2011 (MPA, 2012) e é o maior produtor de tilápia do Brasil. Segundo a Emater-PR, entretanto, apenas 10% é processado em entreposto de pescado com Serviço de Inspeção Sanitária federal (SIF).

Em torno de 61% da piscicultura do estado está localizada no polo oeste do estado, principalmente concentrado nas regiões de Toledo e Cascavel. Nesta região, a piscicultura é realizada em viveiros de terra, possuindo um ciclo de 210 a 250 dias no final dos quais o peixe atinge uma média de 750g. Essa tilápia é processada em indústrias locais, a maioria privada e vendida em todo o Brasil.

O estado encontra-se bem organizado em termos de presença de entrepostos de pescado. São nove estabelecimentos registrados no SIF do Paraná (sendo que nem todos processam apenas tilápia), dos quais quatro são registrados como micro empresas. Há a previsão de construção de mais três entrepostos em parceria com o Ministério da Pesca e da Aquicultura, que terão capacidade de filetagem entre 6 a 8 toneladas de tilápia e gerenciamento para utilização coletiva (via associação/cooperativa). Além desses, o oeste do Paraná possui outros quatro entrepostos de pescado com Certificação de Fiscalização Sanitária Estadual (SIE) com capacidade de filetagem entre 20 a 30 toneladas dia.

A maior cooperativa de tilápia da região, Copacol, processa entre 40.000 a 45.000 tilápias de 750g (peso médio)/dia e possui um plano de dobrar a sua capacidade de processamento nos próximos três anos. Nas estatísticas de produção, no entanto, aparecem apenas 9.000t de tilápia processadas nos estabelecimentos do estado entre janeiro e setembro de 2014.

A região norte do estado (incluindo os municípios de Maringá e Londrina) também vem crescendo em importância na produção da espécie e sua participação já é estimada em 23% do total produzido no estado. Nesta região, a produção em tanques-rede é maior do que em viveiros escavados. A comercialização é feita com peixes inteiros ou inteiros vivos. O principal mercado da tilápia produzida são os pesque-pagues e a Ciagesp. Pequenos entrepostos privados com capacidade de filetagem de 3 a 5 toneladas dia estão sendo abertos nesta região. Neste caso, os entrepostos frigoríficos funcionam como distribuidores.

## Ceará

Com temperaturas elevadas e satisfatórias para a espécie, o ciclo produtivo da tilápia no Ceará é o menor dentre os estados estudados (média de 210 dias). A ampla divulgação da atividade, aceitação de mercado e organização dos produtores em associações permitiu tornar o estado em um dos grandes produtores do país. Um ponto interessante é a grande aceitação dos consumidores pela espécie. Hoje o estado é um dos maiores consumidores do país tendo a necessidade de importar tilápia de outros estados.

Praticamente toda produção cearense de tilápia é realizada em tanques-redes. Os produtores fazem um planejamento de despesca em determinados dias da semana para o abastecimento do mercado. Pequenos e médios produtores da região do açude do Castanhão despescam e evisceram seus peixes no próprio local. Nesses casos, a venda é realizada “na porteira” na forma inteira eviscerada. Geralmente, o principal comprador dos produtores cearenses são atravessadores que revendem nas peixarias e mercados locais ou da capital. Há também produtores que fazem a venda direta dos seus peixes ao consumidor final. Os principais mercados que concentram a venda de tilápia em Fortaleza são os mercados Carlito Pamplona e São Sebastião.

## Mercado Externo

As exportações brasileiras de tilápia no primeiro semestre de 2014 totalizaram 57,7 toneladas, avaliadas em USD 482.416. Comparativamente, no mesmo período de 2013 não houve registro de exportação de tilápia. As exportações concentraram-se em dois mercados, EUA e Guiné Equatorial. As exportações aos EUA representaram 81% do volume e 80% do valor das vendas ao exterior no período. No entanto, enquanto as exportações para o mercado americano são de filés frescos, as vendas para a Guiné Equatorial são de filés congelados. É interessante notar que o preço médio para ambas as categorias é similar, pese as diferenças dos produtos e mercados, USD 8,25/kg para os filés frescos dos EUA, e USD 8,8/kg para os filés congelados exportados a Guiné Equatorial.

As exportações de tilápia em 2014 superaram as registradas em 2013. O total acumulado de exportações no mês de setembro de 2014 é de 73,5 toneladas avaliadas em USD 618.475, enquanto que as exportações totais em 2013 foram de 71,9 toneladas e USD 660.876. As exportações de tilápia apresentam uma recuperação, após o registro dos níveis mínimos em 2012. Essa mudança de desempenho das exportações foi acompanhada por uma mudança na estrutura do comércio exterior. Enquanto que em 2009 99% do volume exportado era de tilápia congelada, tendo como destino a Angola, a partir de 2012 as vendas externas são filés (frescos ou congelados), principalmente para os EUA, e em menor volume, a Guiné Equatorial.



O mercado norte americano de filés frescos de tilápia apresenta grande oportunidade para o setor exportador brasileiro, considerando que o mesmo é dominado pelo produtor latino americano. Durante 2013, 97% das importações de filés frescos de tilápia dos EUA se originaram em países latino americanos. A participação brasileira neste mercado é muito reduzida, 0,3% do volume total importado pelos EUA, que em 2013 alcançou 26.690 toneladas avaliadas em USD 195,9 milhões. Em 2013, o principal provedor do mercado norte americano foi Honduras, com uma participação de 30,6% mercado, em termos de volume, seguido pela Costa Rica (24,4%) e Equador (18%). Por outro lado, a abertura do mercado de Guiné Equatorial é um sinal potencial de inserção de um mercado consumidor com clara expansão, que é o mercado Africano.

### EUA : importação de Tilápia

País	2012		2013		2014	
	Total anual				Janeiro-Junho	
	Tons	1000 USD	Tons	1000 USD	Tons	1000 USD
Honduras	6.288	48.706	8.180	64.311	5.259	41.656
Costa Rica	4.167	31.682	6.526	49.627	2.948	22.900
Equador	6.578	38.956	4.810	29.668	1.420	7.851
Colômbia	2.638	21.236	3.830	30.751	1.875	15.202
México	0	0	1.476	11.463	1.605	12.330
Taiwan	333	2.221	657	2.093	123	539
Panamá	224	1.559	538	3.460	0	0
El Salvador	141	1.056	352	2.470	77	537
Peru	114	1.058	168	1.282	88	820
Brasil	11	79	67	503	51	383
Outros	97	309	86	238	43	330
TOTAL	20.592	146.863	26.690	195.866	13.490	102.548

Fonte: NMFS



Da mesma maneira, assim como para o mercado interno, os desafios e potencialidades da tilápia são similares no caso do mercado externo. Por um lado, é uma alternativa aos produtos de pescado branco, com alta demanda mas oferta limitada dada a sua origem de captura, como ocorre com o bacalhau, a merluza e a polaca do Alaska. A oferta limitada pelos níveis sustentáveis de pesca gera que o ajuste frente aos aumentos da demanda seja realizado através dos preços. Nos períodos de alta demanda, o aumento dos preços abre oportunidade para a tilápia como produto alternativo, ainda que informações de alguns mercados apontem que a substituição da espécie ocorra em um ritmo menor do que se poderia esperar. Por outro lado, a tilápia enfrenta em nível internacional, a competição com o pangásius. Esta espécie possui preço acessível e uma recente expansão nos mercados mundiais. Observa-se, no entanto, a alteração na estrutura da produção do pangásius, com diminuição da produção oriunda do Vietnã e a entrada de outros produtores asiáticos.

O setor da tilápia no Brasil está claramente orientado para o mercado interno, ao qual se projeta uma expansão em curto a médio prazo. Isso implica que exista espaço para a consolidação da indústria produtora de tilápia, em tanto que o desenvolvimento da exportação terá o desafio de crescer em articulação com a expansão do mercado interno. Dado a demanda nacional ainda não estar sendo atendida pelo setor produtivo, abrem-se oportunidades para outros produtos. Tal o caso do pangásius, que compete com a tilápia como um filé branco, sem espinhas, de preço acessível. O valor é relevante, tanto que não são registradas importações de tilápia. Enquanto isso, outras espécies como a merluza e o bacalhau, com oferta relativamente mais limitada, competem com a tilápia como produtos consolidados nos hábitos alimentícios da população; em alguns casos, orientados a um segmento de maior poder aquisitivo, mas dado à evolução dos preços e as possibilidades de expansão da oferta, geram espaço para o crescimento da tilápia como produto substituto.



Ministério da  
Agricultura, Pecuária  
e Abastecimento



#### **Mercado da Tilápia, 01**

**Embrapa Pesca e Aquicultura**

**Endereço:** Quadra 104 Sul, Av. LO 1, N. 34, Conj. 4, 1º e 2º pavimentos

**CEP:** 77020-020, Palmas, Tocantins, Brasil

**Fone:** (63) 3229.7800/ 3229.7850

**www.embrapa.br/pesca-e-aquicultura**

#### **Expediente**

**Supervisão editorial:** Renata Melon Barroso

**Tratamento das ilustrações:** Juliano Daudt Fontoura

**Editoração eletrônica:** Juliano Daudt Fontoura